

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian pada usaha “Flowins” terletak di Jalan Giripurno Bumiaji Kota Batu. Penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive*. Alasan dari penentuan lokasi di karenakan Flowins merupakan sentra produksi karangan bunga yang dapat dipesan sesuai dengan keinginan dari konsumen serta cara pemesanan dapat dilakukan *online* melalui via *social media instagram*. Flowins merupakan sebuah usaha yang berdiri pada awal tahun 2016 dengan memulai penjualan karangan bunga melalui pemasaran *online* dengan hanya memanfaatkan media sosial *instagram*. Meski demikian, Flowins saat ini sudah mendapatkan kepercayaan dari para pelanggan serta mampu untuk bersaing dengan pengusaha karangan bunga *online* lainnya yang sudah ada sejak lama. Penentuan waktu dalam pengambilan data penelitian ini dimulai tanggal 1 sampai 30 April 2019.

3.2 Populasi dan Metode Penentuan Responden

Populasi penelitian ini terdiri dari konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian produk buket Flowins secara *online*. Penentuan responden penelitian ini dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, berdasarkan konsumen yang pernah melakukan pembelian buket Flowins secara *online* dengan minimal pembelian sebesar Rp.100.000,-. Menurut Hair dkk (2010) jumlah responden minimal adalah 5 kali dari jumlah item pertanyaan yang terdapat pada kuisioner.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 1 variabel bebas dengan 3 sub variabel, 1 variabel terikat dan 1 variabel antara, sedangkan indikator penelitian ini berjumlah 16 indikator. Total pertanyaan dalam penelitian ini sejumlah 16 item. Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini adalah 80 responden, diperoleh dari 16 item pertanyaan dikali 5, berdasarkan pendapat (Sugiyono, 2009) menyatakan bahwa ukuran responden yang dikatakan layak berjumlah 30 sampai dengan 500.

3.3 Jenis Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer ialah data diperoleh secara langsung dari responden bersangkutan, didapatkan melalui pengisian kuisioner yang diberikan oleh pelaku penelitian.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini didapat dari subyek dimana data diperoleh. Dalam penelitian ini data yang digunakan merupakan data langsung dikumpulkan dengan cara penyebaran kuisioner dilakukan melalui dua cara, yang pertama adalah dengan cara wawancara secara langsung sedangkan untuk lainnya dengan cara menyebarkan *link* kuisioner *online* lewat media *Whatsapp* dan *Line*. Menurut Nanang Sunyoto (2013) kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan cara menggunakan daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk dijawab dengan memberikan angket. Adapun sumber data primer penelitian ini ialah konsumen yang pernah melakukan pembelian pada Flowins baik hanya melakukan transaksi sekali maupun lebih dari satu kali.

3.4 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ialah :

1. Variabel Laten

Variabel laten merupakan variabel yang terbentuk melalui indikator-indikator yang diamati di dunia nyata. Nama lain dari variabel laten ialah faktor, konstruk atau *unobserved variable* (Wijayanto, 2008). Variabel laten yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.1 Variabel Laten

Simbol	Variabel Laten
X	Promosi Melalui <i>E- Commerce</i>
Z	Kepuasan Konsumen
Y	Keputusan Pembelian

Sumber : Data primer diolah, 2019

2. Variabel Terukur

Variabel terukur merupakan variabel yang datanya harus dicari dengan melakukan penelitian lapang, contohnya survei. Nama lain untuk variabel terukur ialah *observed variable, indicator variable, manifest variable* (Wijayanto, 2008). Variabel terukur yang digunakan dalam penelitian yang akan dilakukan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.2 Variabel Terukur

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Simbol	Skala
Promosi Melalui <i>E-commerce</i> (X)	Kualitas Informasi (X1)	Kemudahan akses informasi	X1.1	Ordinal
		Kelengkapan Informasi	X1.2	
		Inovasi Tampilan Instagram	X1.3	
		Kejelasan Pengolahan Informasi	X1.4	
	Interaksi (X2)	Komunikasi	X2.1	Ordinal
		Interaksi	X2.2	
		Pelayanan	X2.3	
	Jangkauan Promosi (X3)	Kemudahan Transaksi	X3.1	Ordinal
		Jangkauan Promosi	X3.2	
		Sasaran Promosi	X3.3	
Kepuasan Konsumen (Z)		Keamanan Produk	Z1.1	Ordinal
		Pengiriman	Z1.2	
		Keselarasn Harga	Z1.3	
Keputusan Pembelian (Y)		Harga	Y1.1	Ordinal
		Kualitas Produk	Y1.2	
		Pembelian Berulang	Y1.3	
		Evaluasi Pasca Pembelian	Y1.4	

Sumber : Data primer diolah, 2019

Analisis data dan pengujian instrumen pada penelitian ini dibantu dengan menggunakan *software* pengelolaan data *Pertial Least Square* (PLS) yang dioperasikan melalui *software* SmartPLS3.

3.5 Perhitungan Kategori Variabel

Perhitungan kategori variabel disini dilakukan untuk mengelompokkan setiap indikator dari variabel yang ada kedalam setiap indikator berdasarkan pada batas nilai tertentu. Hal ini bertujuan untuk mengetahui tingkat nilai dari seriap indikator

variabel yang ada. Perhitungan ini untuk mendukung analisis deskriptif yang nantinya akan dilakukan. Perhitungan dari kategori variabel dapat menggunakan rumus seperti dibawah ini :

$$i = \frac{Range}{\sum \text{kategori}} = \frac{skor tertinggi - skor terendah}{3}$$

3.6 Metode Analisis Data

Analisis yang akan dipergunakan pada penelitian ini ialah analisis deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2009), deskriptif kuantitatif ialah penjelasan data dalam bentuk kata-kata. Metode analisis deskriptif kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner untuk mengetahui pengaruh terhadap proses promosi serta respon konsumen terhadap promosi yang dilakukan oleh Flowins. Sugiyono (2009) menerangkan bahwa analisis deskriptif merupakan sebuah cara menganalisis data dengan cara menceritakan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam penelitian ini analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk mendeskripsikan tahap-tahap promosi yang dilakukan oleh pemilik usaha Flowins dalam penjualan bunga secara *online* dan mengetahui respon konsumen terhadap karangan bunga yang dijual oleh Flowins serta mengetahui peran media promosi melalui *e-commerce* sebagai sistem pemasaran penjualannya. Adapun alat analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini ialah smartPLS3.

3.6.1 Analisis PLS

Pengujian analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis jalur. Analisis jalur merupakan percabangan dari analisis berganda yang mempunyai tujuan untuk memberikan tingkat kepentingan serta signifikansi hubungan sebab akibat dari berbagai variabel yang telah ditentukan. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah *Partial Least Square* (PLS) yang mampu menganalisis variabel laten, variabel indikator, dan kesalahan pengukuran secara langsung. PLS dikembangkan sebagai alternatif apabila teori yang digunakan lemah atau indikator yang tidak memenuhi model pengukuran reflektif atau data tidak berdistribusi normal (Wiyono, 2011). Analisis hubungan antar variabel dari indikator terdapat dua model hubungan yaitu *outer model*, *inner model*. Penjelasan dari kedua model hubungan tersebut sebagai berikut :

1. *Outer Model*

Outer model merupakan model pengukuran yaitu spesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikatornya, disebut juga dengan *outer relation* atau *measurement model*, yang menjelaskan karakteristik variabel laten dengan indikator. Berikut merupakan kriteria uji *outer model* menggunakan *smartPLS3* :

Tabel 3.3 Kriteria Penilaian PLS Uji *Outer Model*

Uji Model	Output	Kriteria
<i>Outer Model</i>	<i>Convergent Validity</i>	Nilai untuk <i>loading factor</i> 0,50 – 0,60 sudah dianggap cukup dan dapat diterima kevalidan datanya.
	<i>Discriminat Validity</i>	Nilai korelasi <i>Cross Loading</i> dengan variabel latennya harus mempunyai nilai lebih besar dibandingkan dengan korelasi terhadap variabel laten lain
	AVE	AVE harus bernilai diatas 0,50
	<i>Composite Reliability</i>	$\geq 0,70$

Sumber : Data Sekunder, 2019

Outer model dapat mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Pada prinsipnya *outer model* ialah untuk menguji indikator terhadap variabel laten, atau dengan kata lain untuk mengukur seberapa jauhnya indikator tersebut dapat menjelaskan variabel latennya. Indikator diuji dengan *convergent validity*, *discriminat validity*, *average variance extracted (AVE)*, dan *composite reliability*.

2. Inner model

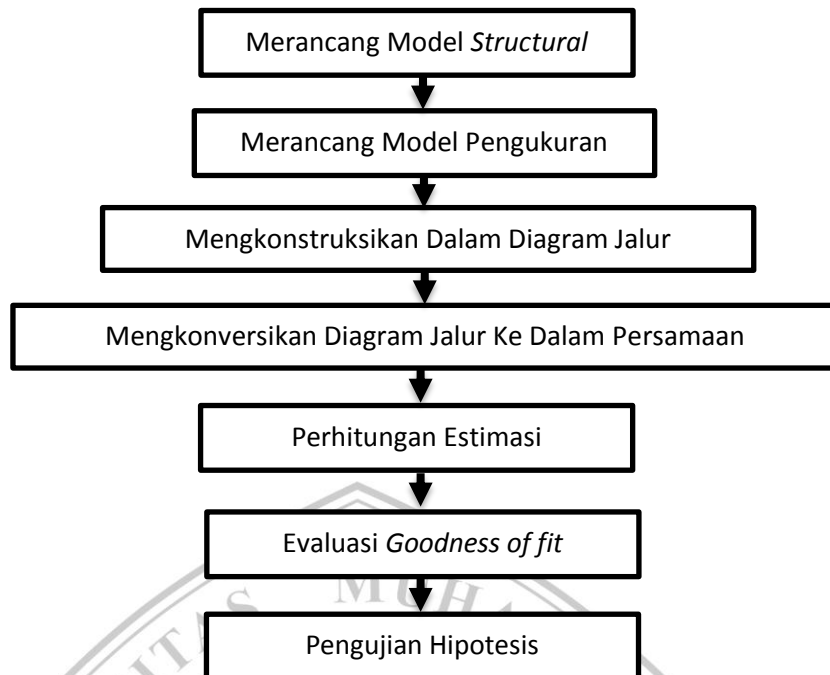
Inner model atau disebut juga sebagai model struktural pada prinsipnya digunakan untuk menguji pengaruh antara satu variabel laten dengan variabel laten lainnya. Berikut merupakan kriteria uji *outer model* menggunakan *smartPLS3* :

Tabel 3.4 Kriteria *Inner Model* (Model Struktural / Uji Hipotesis)

Uji Model	Output	Kriteria
<i>Inner Model (Uji Hipotesisi)</i>	R ² untuk variabel laten endogen	Hasil R ² sebesar 0.67, 0.33, dan 0.19 mengindikasikan bahwa model baik, moderat, dan lemah.
	Koefisien parameter dan T- statistik	Nilai estimasi untuk hubungan jalur dalam model struktural harus signifikan. Diperoleh dengan prosedur <i>bootstrapping</i> .

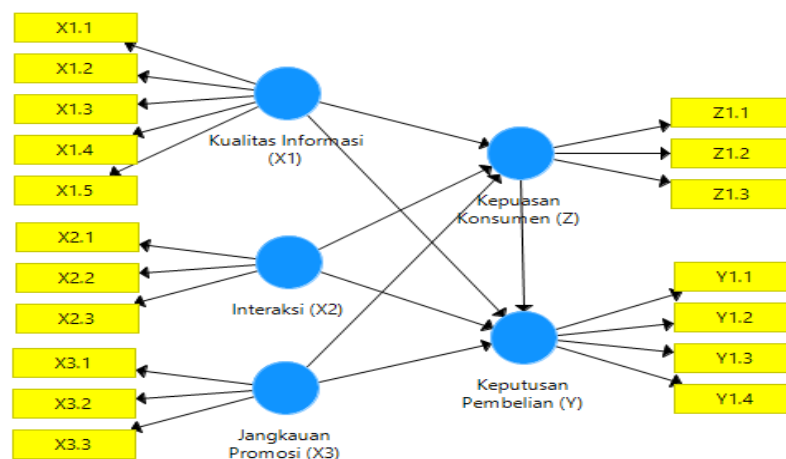
Sumber : Data Sekunder, 2019

Pengujian dilakukan dengan melihat persentase varian yang dijelaskan R² untuk variabel laten dependen yang dimodelkan mendapatkan pengaruh dari variabel laten independen menggunakan ukuran *stone-geisser Q square test* dan juga melihat besarnya koefisien jalur strukturalnya merupakan hubungan antara variabel laten disebut juga dengan *inner relation*. Adapun langkah-langkah analisis data dan permodelan *structural* dengan menggunakan *software* PLS (*Partial Last Square*) adalah sebagai mana yang tercantum pada bagan berikut.



Bagan 3.1 Permodelan *Structural*

Berikut merupakan gambaran pengujian yang akan dilakukan pada penelitian yang akan dilakukan :



Gambar 3.1 Bagan Analisis Jalur Menggunakan SmartPLS3.

Keterangan :

X : Merupakan variable endogen (*dependent*)

Y : Merupakan variable eksogen (*independent*)

Z : Merupakan variabel Mediasi (*intervening*)

X1.1–X3.3 : Merupakan indokator pengujian

Y1.1-1.4 : Merupakan indokator pengujian

Z1.1-1.3 : Merupakan indikator pengujian

